

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sepeda motor sebagai kendaraan transportasi digunakan untuk permudah transportasi. Kendaraan tiap tahun di DKI Jakarta kendaraan sepeda motor meningkat tiap tahun secara linear dengan perkembangan populasi dari tahun 2019-2023. Masyarakat memiliki preferensi sepeda motor memiliki harga terjangkau dan fleksibel menghubungkan titik A dan titik B. Faktor ini tidak jauh kondisi masyarakat masyarakat kota Jakarta memiliki karakteristik Urban Sprawl ketidakteraturan wilayah. Kendaraan menjadi identitas dan memiliki kekuatan simbolik, melalui relasi mesin dan kendaraan terhubung menjadi the self. Kendaraan menjadi bagian dari budaya yang membentuk identitas dan kepribadian seseorang. Motor, khususnya, menjadi simbol pencapaian dan kesenangan di tengah masyarakat kontemporer (Shandora Sicilla, 2015; Ramadhan eta al 2019).

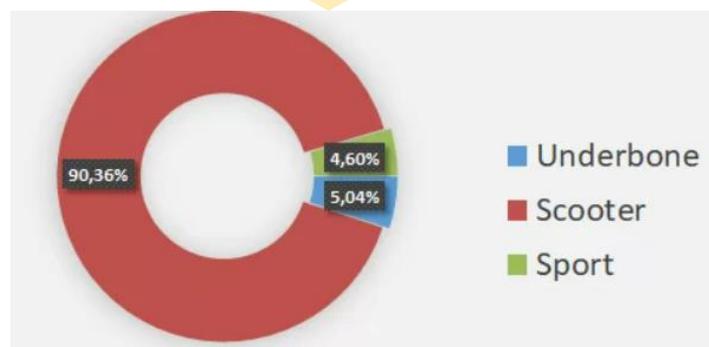
Kendaraan sepeda motor sebagai simbolik memiliki beberapa aspek norma berlaku baik secara norma eksternal (tekanan sosial) dan norma internal (ketaatan moral). Kendaraan pribadi memiliki dasar norma yang mempengaruhi peningkatan kepemilikan, diteliti dari perspektif sosial berlaku. Seperti latar belakang kepemilikan kendaraan pribadi, termasuk motor berdasar memiliki berbagai motivasi. Peningkatan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan rumah tangga, kapasitas garasi, pekerjaan, usia, persepsi status sosial, persepsi efisiensi biaya, persepsi kenyamanan kendaraan, aksesibilitas, dan jarak aktivitas. Kendaraan dapat melihat dari aspek rasa bangga dan bersalah (pride atau guilt) maupun berdasarkan rasa kesadaran evaluasi dan refleksi dari proses dilalui (Belgiawan, 2023)..

Relasi simbolik oleh kendaraan sepeda motor membentuk keperluan aspirasi dan menuangkan hobi dari kemampuan latar belakang melalui komunitas. Rasa bangga dan evaluasi pribadi melalui simbolik kendaraan membentuk preferensi hobi mengendara pada aktivitas otomotif sepeda motor. Rasa bangga dan dasar manusia makhluk sosial membentuk kebutuhan dasar relasi manusia komunitas. Kebiasaan dan keterkaitan pada media sepeda motor melandasi perkumpulan komunitas hobi, memudahkan usaha dan memenuhi kebutuhan secara

bersama. Dapat terjadi dengan terdiri lebih dari dua orang memiliki rasa kebersamaan dengan pola relasi kuat antar anggota mudah dipahami, saling menghormati, dan menghargai kebersamaan. menjadi media interaksi antar sesama pengguna sepeda motor memiliki persamaan visi, misi, dan tujuan menampung aspirasi (Devito et al, 2024).

Perkembangan sepeda motor terjadi kota-kota besar. Motor dapat berkembang dari berbagai jenis kendaraan. Komunitas memiliki dua tipikal memiliki legalitas hukum oleh kementerian Hukum dan HAM dan informal berdasarkan ikatan relasi. Motor memiliki stigma negatif menimbulkan keresahan pada masyarakat maupun tindakan kriminal. Seperti tindakan kekerasan tawuran, minum minuman keras, pembegalan, dan sebagainya. Kelompok informal disebut sebagai gang motor tidak mematuhi peraturan keselamatan lalu lintas. Sedangkan komunitas memiliki legalitas hukum memiliki sistematis dan tujuan jelas dari sistem organisasi.

Motor Gede, atau yang dikenal dengan "moge," adalah kendaraan dengan kapasitas mesin besar yang tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai simbol status sosial dan gaya hidup. Komunitas pengguna moge semakin berkembang, dan menjadi bagian dari komunitas ini menunjukkan status sosial serta menikmati kegiatan rekreasi, sesuai dengan leisure class. Kendaraan moge, termasuk motor sport, merupakan minoritas di pasaran karena harganya cukup tinggi. Memiliki sepeda motor moge dianggap sebagai tahap penting dalam kehidupan yang melibatkan perubahan signifikan dalam status sosial di masyarakat. Berikut adalah persentase distribusi domestik kendaraan sepeda motor pada tahun 2023 (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, 2023):



Citra kendaraan sepeda motor gede motor besar memiliki stigma negatif, karakteristik arogansi dan temperamental. Masyarakat mengecap sebagai pengendara sombong suka makan jalur kendaraan. Dibalik arogansi hal ini dilakukan oleh oknum pejabat maupun keluarga pejabat. Meminta prioritas dengan perlakuan spesial. Karakteristik pengendara pada latar belakang memiliki dampak dari globalisasi akar dari budaya westernisasi. Motor besar dikenal lekat pada satu merek Harley Davidson sebagai komunitas tertua di Indonesia dengan latar belakang motor gede masuk di Indonesia sejak tahun 1970an. Motor Gede berbeda dengan motor pada memiliki tenaga mesin diatas 500 cc. Paska 1990an motor gede menjadi populer, berbagai jenis kendaraan motor gede masuk di Indonesia setelah pemerintah Indonesia meringkan izin masuk impor. Motor gede tidak hanya menjadi sebagai alat transportasi sebagai hobi dan gaya hidup (Sarah S, 2020)

Provinsi DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan Indonesia, terdapat banyak komunitas berkembang pada motor baik informal dan formal. Komunitas terkenal seperti Harley Davidson Club Indonesia, Hogers Indonesia, Satu darah dan sebagainya. Karakteristik komunitas tidak hanya di satu daerah memiliki beberapa cabang daerah. Pada penelitian ini, membahas komunitas motor tidak terikat pada satu merek Komunitas Motor Besar Indonesia (MBI) berdiri pada tahun 2019. Tergolong baru, memiliki perkembangan cukup masif, memiliki 17 cabang daerah. Ruang inklusif membuat pengendara dapat mengekspresikan diri sebagai diri sendiri dalam komunitas memperkuat solidaritas tanpa memandang jenis berkendara. Orientasi komunitas motor gede berorientasi pada gaya hidup, budaya secara nampak melalui penampilan dan memiliki kesamaan latar belakang mencari wadah. Tidak sekedar meluangkan waktu memiliki misi sosial untuk sosialisasi pengendara patuh lalu lintas dan misi sosial. Pada penelitian ini melihat bagaimana strategi modal sosial dalam memperkuat kohesi sosial di Komunitas Motor Besar Indonesia.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Penelitian berjudul “Strategi Penguatan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kohesi Sosial Dalam Komunitas Motor Besar (Studi Kasus Motor Besar Indonesia Dki Jakarta)” memiliki dua dasar pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penguatan modal sosial pada komunitas Motor Besar Indonesia DKI Jakarta?
2. Bagaimana kohesi sosial pada komunitas Motor Besar Indonesia DKI Jakarta?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian Berjudul “Strategi Penguatan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kohesi Sosial Dalam Komunitas Motor Besar (Studi Kasus Motor Besar Indonesia Dki Jakarta)” berdasarkan dua pertanyaan penelitian diatas tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Memahami strategi penguatan modal sosial anggota komunitas Motor Besar Indonesia DKI Jakarta
2. Memahami kohesi sosial dalam komunitas Motor Besar Indonesia

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian Berjudul “Strategi Penguatan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kohesi Sosial Dalam Komunitas Motor Besar (Studi Kasus Motor Besar Indonesia Dki Jakarta)” memiliki manfaat akademik dan praktis sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Akademis Secara akademis

Memahami pola strategi penguatan melalui modal sosial pada Komunitas Motor Besar Indonesia DKI Jakarta dalm meningkatkan kohesi sosial. Dijelaskan oleh teori modal sosial Bourdieu, Putman, Coleman, dan Claridge dengan dimensi dipelajari struktural, relasional, dan kognitif. Serta memahami kohesi sosial pada tingkatan individu, komunitas, dan institusi oleh Fronseca dan Schiefer.

#### 2. Manfaat praktis Secara praktis

Memahami dimensi kognitif, struktural, dan relasi modal sosial di komunitas Motor Besar Indonesia DKI Jakarta. Serta memahami tipe pola modal sosial. Serta melihat relasi individu dengan komunitas sebagai kohesi sosial di komunitas. Diharapkan dapat menjadi acuan kajian sosial mengenai komunitas dan motor penelitian selanjut. Serta sebagai persyaratan untuk kelulusan di Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Nasional gelar sarjana Sosiologi (S.Sos)

### 1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini di bagi menjadi berapa bab yang disusun sistematis sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan, Membahas tingkatan makro industri otomotif dan perkembangan kepemilikan kendaraan di Indonesia khusus Jakarta. Terdapat aspek perkembangan sepeda motor persebaran motor *sport* lima persen di Indonesia. Berdasarkan kategori motor *sport* termasuk motor besar menjadi urgensi penelitian menarik memiliki stigma negatif dan arogansi di jalanan. Komunitas pengendara motor, sebagai wadah menampung aspirasi dan ruang interaksi. Peranan strategi modal sosial dalam penguatan kohesi sosial menjadi krusial dalam mencapai orientasi dan tujuan bersama tertuang di komunitas.
2. BAB 2 Tinjau Pustaka, memaparkan penelitian sebelum dari permasalahan penelitian dengan kesimpulan penelitian mendukung penelitian sekarang. Di dukung dengan teori membantu membedah sebagai pisau analisis pertanyaan penelitian. Memiliki penelitian terdahulu sepuluh jurnal memiliki kesamaan mengenai modal sosial, kohesi sosial, dan komunitas. Membahas persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu. Memiliki pembahasan teori sebagai dasar dari turunan pertanyaan wawancara membahas dimensi dan aspek diperlukan.
3. BAB 3 Metode Penelitian. Memuat prosedur penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretasi reflektif anggota dan pemilik kendaraan motor besar di komunitas MBI Jakarta. Menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi Pustaka.

Untuk validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber memastikan informasi memiliki kesamaan dari minimal tiga sumber berbeda.

4. BAB 4 Pembahasan. Memuat dari latar belakang komunitas. Membahas penemuan penelitian dari dua rumusan masalah modal dan kohesi sosial. Mengkaji informasi dari pembahasa aspek teoritis dari informasi dengan teori pola modal sosial berbasis (struktural, kognitif, dan relasi) dan kohesi sosial di komunitas.
5. BAB 5 Penutup. Kesimpulan temuan penelitian latar belakang penelitian dan kesimpulan dari analisis teori modal sosial dan kohesi sosial. Serta saran penelitian untuk perkembangan penelitian berikutnya.

